

ANALISIS PERAN EKONOMI KREATIF DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN FASHION PANTAI SEBELUM MASA PANDEMI COVID-19

Linda Fitriyanti¹⁾; Suhikmat²⁾; Wanti Annuria³⁾ Rosmegawati⁴⁾

¹⁾ Akademi Akuntansi Borobudur, fitriyantilinda618@gmail.com

²⁾ Akademi Akuntansi Borobudur, wanti.annuria@gmail.com

³⁾ Akademi Akuntansi Borobudur, suhikmatriyadhi@gmail.com

⁴⁾ Fakultas Ekonomi Universitas Borobudur, rosmegawati@borobudur.ac.id

Abstract

This study aims to determine the role of the creative economy in increasing the income of beach clothing craftsmen in Pangandaran District, Pangandaran Regency, West Java. This type of research uses a type of quantitative descriptive approach. Descriptive research aims to describe or explain a variable. The variable for this research is sales data in 2019 and 2020. The research object is jersey sales at PT Ghanior Sportswear Indonesia to find out a comparison of sales before and during the pandemic. The results of the study are the H1 hypothesis that there is a significant difference in the number of beach clothing orders between before and during the Covid-19 pandemic. The conclusion from this study is that beach clothing sales experienced a very significant decline during the Covid-19 pandemic. During the Covid-19 pandemic all sales activities, art events were canceled, and infrastructure was closed, as a result sales of beach clothes also experienced a very drastic decline.

Keywords: Data, sales, covid-19 pandemic.

1. PENDAHULUAN

Ekonomi kreatif telah lama dilakukan sebagai gerakan ekonomi yang bermula dari masyarakat pribumi sebagai pelaku utama ekonomi, sehingga masyarakat dituntut untuk mempunyai kreativitas dan ketekunan yang maksimal untuk dapat mencapai puncak pertumbuhan nasional. Belakangan ini produk ekonomi yang kreatif akan dikembangkan oleh Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang diupayakan oleh pemerintah sebagai penurun dari nenek moyang bangsa. Perkembangan sektor ekonomi kreatif sebagai pembangun perekonomian Indonesia antara lain berupa peningkatan Produk Domestik Bruto, penyerapan tenaga kerja, peningkatan ekspor, membuka lapangan usaha baru dan terbarukan serta menciptakan dampak bagi sektor lainnya (Usman et al., 2021).

Pada sistem ekonomi yang kreatif ini banyak diyakini menjadi pemecah masalah dalam perekonomian global. Selain itu Indonesia merupakan negara yang kaya akan budaya dan tingkat penduduk yang terus melaju sehingga mempunyai potensi dalam memperluas ekonomi kreatifnya. Sumber Daya Manusia atau MSDM menjadi sumber utama dalam pengembangan ekonomi kreatif yang bersumber dari gagasan, pemikiran dan ide. Diharapkan kelanjutannya Sumber Daya Manusia ini mampu membantu masyarakat dalam memenuhi pendapatan dalam rumah tangga melalui kreatifitas dalam menjadikan penulis harus menyatakan tujuan penelitian diakhir bagian pendahuluan.

Secara khusus dapat dikatakan fashion adalah gaya berpakaian yang digunakan setiap hari oleh seseorang, baik itu dalam kehidupan sehari-harinya ataupun pada saat acara tertentu dengan

tujuan untuk menunjang penampilan. Atau definisi fashion yaitu gaya berbusana yang populer dalam suatu budaya atau sebagai mode. Ada juga yang berpendapat bahwa fashion merupakan gaya berbusana yang menentukan penampilan dari seorang individu. Kata fashion sendiri berasal dari bahasa *Inggris* yang dapat diartikan sebagai mode, model, cara, gaya ataupun kebiasaan.

Fashion adalah kegiatan yang sangat berkaitan erat dengan kehidupan manusia. Ini dibuktikan tidak seorangpun yang tidak mengenal kesenian baik dari kaum adam dan kaum hawa. Kegiatan kesenian tidak memandang usia maupun gender, semua orang bisa bermain tergantung kreativitasnya. Di era saat ini fashion bukan hanya untuk sekedar bersenang-senang tetapi juga untuk ajang perlombaan bergengsi antar kota atau negara. Fashion adalah dua hal yang berirama. Atribut penggemar fashion sangatlah penting karena merupakan bentuk dukungan secara fisik. Menurut Haryanto (2018) dalam fashion lebih tepat diartikan sebagai kostum, ini adalah syarat mutlak jika ingin ikut dalam pertandingan karena sebagai penanda sebuah pertandingan. Menurut laman Highsnobity, para penggemar fashion pantai bahkan rela membeli koleksi dan tampil maksimal demi klub favoritnya dimulai sejak era 1970-an. Gaya suporter itu juga yang kemudian memberi sedikit pengaruh pada perkembangan fashion terutama fashion pantai hingga sekarang.

Namun memasuki tahun 2020 dimana seluruh negara di dunia dilanda wabah Covid-19 membuat perekonomian seluruh dunia menurun secara drastis. Tidak terkecuali di Indonesia, hampir seluruh sektor perekonomian terancam gulung tikar. Indonesia juga merasakan dampak yang sangat berarti pada masa pandemi. Selama pandemi telah menghentikan aktivitas profesional di Indonesia hingga batas waktu yang masih belum bisa ditentukan. Faktor utama yang menjadi penyebab adalah tidak adanya aktivitas pertandingan yang menyebabkan klub kesenian meliburkan skuatnya. Kemudian pandemi *COVID-19* yang merebak, membuat *social distancing* harus dilakukan oleh masyarakat.

Adanya kebijakan pemerintah yang mengharuskan PPKM darurat semakin membuat penjualan fashion semakin menurun. Indonesia mau tidak mau tetap harus menjalankan aktivitas produksi dan distribusi, selain itu perusahaan juga berperan dalam menciptakan kestabilan operasional perusahaan. Namun dalam menjalankan segala aktivitas perusahaan dalam masa pandemi perusahaan perlu menyediakan alternatif keputusan manajemen yang tepat dalam pengelolannya agar aktivitas perusahaan mampu bertahan di masa pandemi.

Dari uraian latar belakang di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Data Peran ekonomi Kreatif dalam Meningkatkan Pendapatan Fashion Sebelum dan Saat Pandemi Covid-19”**

1.1 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang masalah di atas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kondisi penjualan fashion di Pangandaran pada periode 2019 dan 2020?
2. Bagaimana perbedaan jumlah penjualan fashion Indonesia sebelum dan masa pandemi covid - 19?

1.2 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apakah data penjualan baju pantai pangandaran sebelum dan masa pandemi.
2. Untuk mengetahui bagaimana perbandingan penjualan pakaian pantai sebelum dan masa pandemi.

1.3 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat ganda, yaitu manfaat bagi pelaku usaha dan perusahaan.

1. Manfaat bagi pelaku usaha:

Penelitian ini sebagai informasi dan pengetahuan mengenai kondisi pasar dan daya beli pasar sektor industri kreatif selama masa pandemi

2. Manfaat bagi perusahaan

Bagi perusahaan penelitian ini diharapkan mampu memberikan masukan sebagai bahan evaluasi dalam menentukan kebijakan manajemen yang harus diambil selama masa pandemi.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Menurut Mulyadi (2018), penjualan merupakan kegiatan yang dilakukan oleh penjual dalam menjual barang atau jasa dengan harapan akan memperoleh laba dari adanya transaksi-transaksi tersebut dan penjualan dapat diartikan sebagai pengalihan atau pemindahan hak kepemilikan atas barang atau jasa dari pihak penjual ke pembeli.

Penjualan Menurut Winardi (2018) mengatakan bahwa Penjualan merupakan sebuah proses dimana kebutuhan pembeli dan kebutuhan penjual dipenuhi, melalui antar pertukaran dan kepentingan.

Dari definisi para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa penjualan adalah suatu kegiatan untuk memperoleh keuntungan bagi penjual dari pembeli melalui pertukaran barang atau jasa guna mencapai pemenuhan kebutuhan bagi penjual maupun pembeli.

Untuk penjualan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah penjualan pakaian olahraga PT Ghainor Sportswear Indonesia periode 2019 sampai dengan 2020.

Data

Menurut (Inmon, 2005) data adalah sebuah rekaman dari fakta-fakta, konsep-konsep, atau instruksi-instruksi pada media penyimpanan untuk komunikasi perolehan, dan pemrosesan dengan cara otomatis dan presentasi sebagai informasi yang dapat dimengerti oleh manusia.

Menurut (Kadir 2015:29) Data adalah deskripsi tentang benda, kejadian, aktivitas dan transaksi yang tidak memiliki makna dan tidak berpengaruh langsung bagi pemakai.

Berdasarkan definisi para ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa data adalah sebuah rekaman yang tidak memiliki makna untuk dilakukan pemrosesan menjadi informasi yang dapat dimengerti oleh pemakai.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini tergolong penelitian kuantitatif karena meneliti sampel tertentu untuk menggambarkan dan menguji hipotesis yang ditetapkan (Sugiyono,2017). Data diambil dari UMKM yang bergerak di bidang produksi pakaian olahraga yang memiliki merek dagang Ghanior Indonesia.

Menurut Sugiyono (2014:206) yang dimaksud dengan analisis data adalah sebagai berikut: "Analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mantabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data dari setiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan".

Dalam menentukan analisis data, diperlukan data yang akurat dan dapat dipercaya yang nantinya dapat dipergunakan dalam penelitian yang dilakukan oleh penulis. Analisis data

merupakan proses penyederhanaan data kedalam bentuk yang lebih mudah dibaca, dipahami dan diinterpretasikan.

3.1 Analisis Deskriptif

Metode yang digunakan oleh penulis dalam menganalisis data dalam penelitian ini adalah analisis statistik deskriptif. Menurut Sugiyono (2014:206) analisis deskriptif adalah: “Statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi”.

Analisis deskriptif merupakan penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel independen dan variabel dependen. Dalam analisis ini dilakukan pembahasan mengenai bagaimana jumlah pemesanan setiap tahunnya, dan perbandingan jumlah pemesanan sebelum dan saat masa pandemi *Covid-19*.

3.1 Uji Hipotesis (Uji T)

Uji t (t-test) melakukan pengujian terhadap koefisien regresi secara parsial, pengujian ini dilakukan untuk mengetahui signifikansi peran secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen dengan mengasumsikan bahwa variabel independen lain dianggap konstan. Menurut Sugiyono (2014:250), menggunakan rumus:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:

t = Distribusi t

r = Koefisien korelasi parsial

r² = Koefisien determinasi

n = jumlah data

Hasil perhitungan ini selanjutnya dibandingkan dengan t tabel dengan menggunakan tingkat kesalahan 0,05. Kriteria yang digunakan adalah sebagai berikut:

- H₀ diterima jika nilai t_{hitung} ≤ t_{tabel} atau nilai sig > α
- H₀ ditolak jika nilai t_{hitung} ≥ t_{tabel} atau nilai sig < α

Maka dapat disimpulkan bahwa:

Ho: Tidak ada perbedaan jumlah pemesanan jersey Ghanior Indonesia antara sebelum dan masa pandemi secara signifikan

H1: terdapat perbedaan jumlah pemesanan jersey Ghanior Indonesia antara sebelum dan masa pandemi *Covid-19* secara signifikan

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Objek Penelitian

Obyek penelitian yang digunakan didalam penelitian ini adalah sebuah bisnis UMKM yang bergerak dibidang semi-garment yang memproduksi pakaian olahraga dan memiliki merek dagang dengan nama Ghanior Indonesia. Penelitian ini menggunakan data sekunder yang berasal dari

laporan data penjualan Ghanior Indonesia dari tahun 2019 sampai 2020. Ghanior Indonesia sendiri sudah malang melintang di dunia pakaian olahraga khusus olahraga sepak bola dan futsal sejak 2011.

4.2 Analisis Statistik Deskriptif Penjualan Tahun 2019

Statistik deskriptif menunjukkan hasil minimum, maksimum, rata-rata, dan standar deviasi dari data penjualan sebelum dan masa pandemi Covid-19. Berikut tabel statistik deskriptif yang diolah menggunakan Microsoft Excel.

Tabel.1 Statistik Deskriptif Penjualan Tahun 2019.

<i>PenjualanTh. 2019</i>	
Mean	2675,666667
Standard Error	375,4422914
Median	2518
Standard Deviation	1300,570248
Sample Variance	1691482,97
Kurtosis	0,562996156
Skewness	1,075688308
Range	4111
Minimum	1262
Maximum	5373
Sum	32108
Count	12

Dari hasil analisis deskriptif yang dijabarkan diatas, dapat diketahui penjualan pakaian olahraga Ghanior Indonesia memiliki total penjualan 32.108 pcs di tahun 2019 atau sebelum pandemi. Dengan nilai rata – rata/mean 2.675,7, standar error 375,44, dan median 2518. Untuk nilai minimum pada penjualan tahun 2019 adalah 1.262, sedangkan nilai maksimum pada penjualan tahun 2019 adalah 5.373. Perhitungan standar deviasi digunakan sebagai indikator seberapa jauh data statistik menyimpang. Standar deviasi pada penjuala ntahun 2019 memiliki nilai 1300,57. Sementara skewness 1,075 dan kurtosis 0,56.

Grafik 1. Grafik Penjualan Tahun 2019



Grafik penjualan pakaian olahraga Ghanior Indonesia cukup memperlihatkan lonjakan penjualan di lima bulan terakhir. Penjualan tertinggi pada bulan November sebanyak 5.373 pcs, sedangkan nilai terendah terjadi pada bulan Mei sebanyak 1.262 pcs. Nilai terendah biasanya terjadi pada saat masuk bulan puasa tiba, dikarenakan kegiatan olahraga berkurang dari hari – hari biasa pada umumnya.

Peningkatan penjualan pakaian olahraga Ghanior Indonesia meningkat saat awal musim liga sepak bola bergulir, dimana semua tim – tim liga mengeluarkan desain – desain pakaian olahraga terbarunya.

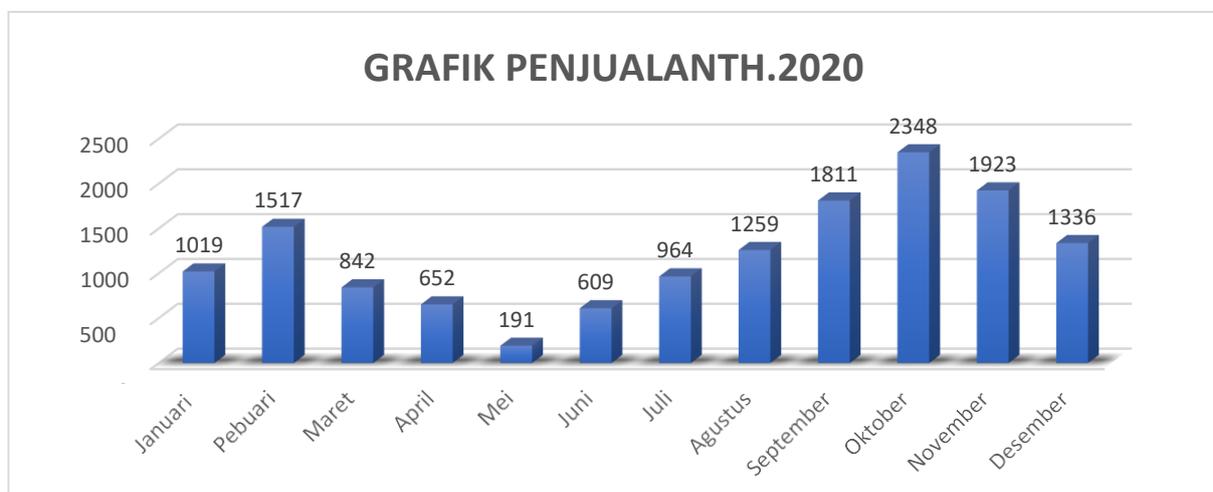
4.3 Analisis Statistik Deskriptif Penjualan Tahun 2020

Tabel 2. Statistik deskriptif penjualan tahun 2020.

<i>PenjualanTh. 2020</i>	
Mean	1205,916667
Standard Error	178,8067968
Median	1139
Standard Deviation	619,4049136
Sample Variance	383662,447
Kurtosis	-0,378873612
Skewness	0,282528621
Range	2157
Minimum	191
Maximum	2348
Sum	14471
Count	12

Sedangkan hasil analisis deskriptif penjualan pada tahun 2020 atau saat masa pandemi, dapat diketahui penjualan pakaian olahraga Ghanior Indonesia memiliki total penjualan 14.471 pcs di tahun 2020 atau masa pandemi. Dengan nilai rata – rata/mean 1.205,92 standar error 178,81, dan median 1.139. Untuk nilai minimum pada penjualan tahun 2020 adalah 191, sedangkan nilai maksimum pada penjualan tahun 2020 adalah 2.348. Standar deviasi pada penjualan tahun 2019 memiliki nilai 619,40. Sementara skewness 0,29 dan -0,38.

Grafik 2. Grafik PenjualanTh. 2020



Grafik penjualan pakaian olahraga Ghanior Indonesia pada tahun 2020 cukup memperlihatkan penurunan pemesanan. Pandemi *Covid-19* yang terjadi saat awal bulan Maret 2020 sangat melemahkan seluruh sektor bisnis UMKM di Indonesia khusus pakaian olahraga. Kebijakan demi kebijakan yang di keluarkan oleh pemerintah mulai dari PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) sangat berpengaruh terhadap penjualan pakaian olahraga.

Dimana seluruh sarana dan prasarana olahraga di tutup, seluruh elemen masyarakat takut untuk keluar dari rumah. Alhasil, penjualan pakaian olahraga pada tahun 2020 mengalami penurunan, konsumen hanya dapat melakukan transaksi via online atau pun market place.

Puncak penurunan dari penjuwalansaat bulan Ramadhan tiba, pada bulan April penjualan mengalami penurunan hanya sebanyak 191 pcs, ini merupakan penjualan terendah sepanjang tahun 2019 sampai dengan 2020.

4.4 Uji beda

Uji statistik parametrik memiliki beberapa jenis uji yang digunakan untuk memperoleh kesimpulan mengenai populasi dari sampel yang diambil. Uji-t pertama kali dikembangkan oleh *William Seely Gosset* pada 1915. *William Seely Gosset* menggunakan nama samara Student sehingga kemudian metode pengujiannya dikenal juga dengan uji-t student. Huruf t yang terdapat dalam istilah Uji-t berasal dari huruf terakhir nama beliau. Uji-t atau *t test* adalah salah satu uji statistik untuk menguji kebenaran hipotesis yang diajukan oleh peneliti dalam membedakan rata-rata pada dua populasi. Berikut tabel hasil uji beda dari data penjualan Ghanior Indonesia sebelum dan saat pandemi.

Tabel 3. Uji t

t-Test: Two-Sample Assuming Equal Variances		
	2019	2020
Mean	2675,666667	1205,916667
Variance	1691482,97	383662,447
Observations	12	12
Pooled Variance	1037572,708	
Hypothesized Mean Difference	0	
df	22	
t Stat	3,534352193	
P(T<=t) one-tail	0,000931925	
t Critical one-tail	1,717144374	
P(T<=t) two-tail	0,00186385	
t Critical two-tail	2,073873068	

Hasil perhitungan uji t diatas menunjukkan terdapat perbedaan jumlah penjualan jersey sebelum dan saat pandemi. Diketahui signifikansi 0,0018 (< 0,05) maka hipotesis H1 diterima. Industri pakaian olahraga mengalami penurunan pesanan yang sangat signifikan, pengaruh kebijakan pemerintahan membuat seluruh kegiatan olahraga dibatasi. Bahkan sarana dan prasarana banyak yang di tutup akibat pandemi *Covid-19*. Event – event olahraga di seluruh Indonesia pun di tunda, bahkan ada yang penyelenggaranya di berhentikan pada saat pandemi *Covid-19*.

5. SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dapat disimpulkan bahwa penjualan pakaian olahraga atau jersey khususnya merek Ghanior Indonesia mengalami penurunan yang sangat signifikan saat pandemi Covid-19. Saat pandemi Covid-19 seluruh kegiatan olahraga sangat terbatas, event olahraga dibatalkan, dan sarana prasarana di tutup, akibatnya penjualan pakaian olahraga pun mengalami penurunan.

Penelitian ini memiliki keterbatasan karena masih ada satu data yang seharusnya menjadi acuan dalam penelitian ini agar lebih sempurna melihat hasil perbandingan penjualan jersey Ghanior Indonesia. Seharusnya data penjualan tahun 2021 bisa menyempurnakan penelitian yang kami lakukan.

Saran untuk pelaku industri pakaian olahraga di Indonesia adalah memaksimalkan penjualan melalui media online atau market place dengan strategi pemasaran yang tepat. Agar dapat mengurangi defisit perusahaan dan bisnis pakaian olahraga mampu bertahan di masa pandemi Covid-19.

DAFTAR PUSTAKA

- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Singih Santoso, *Statistik Nonparametrik*, Jakarta:PT Elex Media Komputindo, 2010
- Gujarati, Damodar. 2004. *Basic Econometrics (Ekonometrika Dasar)*. Alih bahasa Sumarno Zain. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Mulyadi. (2008). *Sistem Akuntansi*. Jakarta : Salemba Empat. Winardi, *Ilmu Dan Seni Menjual* , (Bandung : Nova, 1998), hal. 30.
- Inmon, W.H. (2005). *Building Data warehouse, 4th Edition*. Canada : John Wiley & Sons Inc.
- Kadir. 2015. *Statistika Terapan : Konsep, Contoh, dan Analisa Data dengan Program SPSS/Lisrel dalam Penelitian*. Jakarta : PT Rajagrafindo Persada
- Moh. Nazir, Ph.D. *Metode Penelitian*, Penerbit Ghalia Indonesia, Jakarta, 2003.
- Bluman, Allan G. 2004. *Elementary Statistics (A Step by Step Approach)*. New York: McGraw-Hill Companies
- Sugiono, Prof. Dr. *Statistika Nonparametrik Untuk Penelitian*, Penerbit CV ALFABETA, Bandung, 2004